



TITLE:

アメリカ訪問学習会2017秋US 番外
編: 私たちはなぜデザインを学ぶか

AUTHOR(S):

広瀬, 貴之

CITATION:

広瀬, 貴之. アメリカ訪問学習会2017秋US 番外編: 私たちはなぜデザインを学ぶか. デザイン学論考 2017, 11: 27-30

ISSUE DATE:

2017-12

URL:

<http://hdl.handle.net/2433/228890>

RIGHT:

アメリカ訪問学習会2017秋US 番外編

私たちはなぜデザインを学ぶか

~KDnS U.S. Tour 2017 Spin-off~ Necessity of Design

広瀬 貴之

HIROSE, Takayuki

京都大学大学院工学研究科機械理工学専攻博士後期課程1回生
京都大学デザイン学大学院連携プログラム3期生



1. はじめに

本稿はタイトルの通り、2017年9月20日から27日までの日程で実施された、訪問学習会2017秋USの番外編である。サンフランシスコ滞在中に自由時間があったので、シリコンバレー在住の知り合いの方に個人的に会いに行った。そしてそこでも偶然、デザインに関する面白い話が聞けた。ここでは、その内容を、個人的な備忘録も兼ねてシェアしたいと思う。

お会いしたのは、筆者が2014年に短期留学プログラムでシリコンバレーを訪れた際、そのアレンジ等々で大変お世話になった方である。その方は日本の大学で博士号を取得後、アメリカの企業や研究所での様々な職歴を経て、現在は主にシリコンバレーで日本の大学と現地の人たちの橋渡しとなるような役職に就かれている。以下ではこの方をM氏と呼ぶ。その日はボウルダーからサンフランシスコへの移動日で、午後に長めの自由時間があった。そこで約3年ぶりに連絡を取り、サンフランシスコ近郊のパロ・アルトまで会いに行った。そのときに夕飯をご馳走になりながら、アメリカ（特にシリコンバレー）に数十年間住み続けている立場から、日本の今後やイノベーションに関する話を聞かせてもらった。

2. 会話の内容

本章ではM氏との食事の際に話した内容を簡単にまとめる。話の前後や重複もあった気がするが、会話はおよそ次のような内容であったと記憶している。

2.1 Zero to Oneのイノベーション

話はM氏の「私の知る限り、日本ではZero to Oneのイノベーションと呼べるものが起きたことはない」という所から始まった。元来、日本が得意とするのは

外部から仕入れた技術をより良いものへと改良することであり、その品質や信頼性が売りになっている。しかし最近では、品質や信頼性の問題とは別に、個々の人々や状況に応じた要求を叶えることの重要性が高まっている。それを達成するためには、既存の技術の改良をはじめとした上記の日本のお家芸とは多かれ少なかれ異なる視点からの考え方が必要になる。さもないと日本は、世界の要求とは別のポイントに拘泥することとなり、現在急成長を続けている他の国に現在の地位を取って代わられる。そのような事態を回避するためにも、既存の知識や技術を演繹的に発展させるだけではなく、そこから更に新たな知見を創発的に見出し、「価値」あるものとして具現化すること：Zero to Oneイノベーションが必要なのだという。

ちなみに私がこの話を聞いたとき、内容は理解したつもりでいたが、(自身の未熟さも相まって)あまりリアリティを感じるができなかった。しかし、帰国後程なくして神戸製鋼や日産自動車の問題が報道された。これを受けて私は、上記の日本が得意としてきたはずの品質や信頼性まで揺らいできており、上記の話は自分が思っていた以上に急務なのではと感じた。

2.2 「価値」を見出す

Zero to Oneイノベーションにおいて大切なのは、個々の人々や状況に応じた要求に対して、「価値」のあるものを提供することである。その例として、自動車、iPod、Dropboxの3つの話が出た。自動車の発明において重要だったのは、馬を用いた移動が主流であった時代に、人々が本当に欲していたのは「よく走る馬」ではなく、「より便利な移動手段である」と発想を転換したことであるという。またiPodに関しては、当時世界を席卷していたSONYのWalkmanが音質を追求していた一方、Steve JobsはCDをはじめとした記録媒体を持ち歩くことの煩わしさを解消する方法を考え、それがユーザーの大きな共感を得た。最後に挙げたDropboxは、創業者がある日の会議で資料を入れた記録媒体を忘れてしまい、そこから出先でも簡単にファイルにアクセスできる仕組みを考えたとある話がある。詳細な内容に関する賛否はあるかもしれないが、これらの話を通してのポイントは、人々が本当に欲しているもの：「価値」を上手く見出し、具現化するという点である。あるいは、後者の2つの例に関しては、自分が「価値がある」と思ったものに対し、他の人も同じことを考えていたという言いの方が適切かもしれない。

しかし、この「価値」というものは、あまりにも曖昧で扱いにくい代物である。特に、ここでいう「価値」とは一体何者で、どうやって見出すのか。さらに

言えばそれをどのように具現化するのか。これに関して、前日まで滞在していたCU Boulderでも似た話が出ていたので尋ねてみた。するとM氏から、その問いこそがデザインの根幹であり、もちろん一筋縄ではいかない。デザイン思考で知られるIDEOはそこに目を付けたという返答があった。

2.3 今後について

話の終盤では、私への進路指導 兼 人生相談 (?) のような話になった。その中で特に強調されたのは、何をするにしても、しっかりと目的を持ってほしいということであった。自分のしたいこと、面白いと思うことがはっきりしないと、閉ざされた環境の中で生産性のない作業に没頭してしまい、時間を無駄にしてしまう可能性がある。例えば今回のようにアメリカに何かを学びに来る場合でも、現地の人が何かためになることを教えてくれるだろうという態度で臨むのと、自分の目的を達成するための糧を得ようとする態度で臨むのには大きな差がある。今後の研究や進路選択をはじめとした、人生の様々な場面でそれを忘れないで欲しい。それが今日の話にも、そして今後にも繋がるというアドバイスを最後に貰い、この日は解散した。

3. デザインの必要性

今回の会話で少しだけ垣間見えたのは、デザインがなぜ必要かということである。1章で述べたように、今回の研修ではデザインに関する研究や実践の場に触れることができた。しかし、なぜそのような取り組みに多大な力が注がれているのか、あるいはデザインのもたらすインパクトというものを、今回の渡米まで上手く言葉で説明できなかった。M氏との会話はその疑問に対して、イノベーションや日本の今後という観点から、多くのヒントを与えてくれたと感じている。ほぼ前章のまとめになるが、デザインが注目される背景の1つに、おおよそ次のような事由があると考えている：

日本の特技は既存の技術 (e.g. 製品の性能) を演繹的に改良することであり、品質や信頼性を「価値」として生み出している。しかし、家電メーカーをはじめとした複数の業界では、個々の人々や地域に依存した、品質や信頼性以外の様々な「価値」が重要視されるようになってきている。こうなると世界がMade in Japanに拘る必要は（程度の差はあれど）次第になくなり、最終的には他の国々に、現在日本が占めている様々なポジションを取って代わられる可能性がある。このような状況を避けるには、人々の抱える問題意識や要求の背後に存在する普遍

的な「価値」を見出し具現化することが重要となる。デザインの考え方は、そのようなプロセスに一役買うものである。

ただし、これはデザインを学ぶ上での1つの例え話に過ぎない。デザインの考え方は、より汎用性の高いものであると考える。よって今後は、今回学んだことを1つの起点とし、デザインに対する自身の考えを更に広げる必要がある。

4. おわりに

本稿ではサンフランシスコ滞在中にプライベートで会いに行った方との会話内容を紹介し、なぜデザインを学ぶのかに関する雑感を簡単にまとめた。今回の学習会での大きな収穫は、デザインに関する研究や実践を目の当たりにできたことに加え、この番外編で述べたように、その背景や必要性の一端も実感できたことにある。実際には、今回のような産業やイノベーションに限らず、より広い視野でデザインというものを考える必要があると思うが、それは今後の課題としたい。今回の学習会は、自分がなぜデザイン学を履修しながら現在の研究を行っているのか、その見通しを改めて知る良いきっかけになったと感じている。

「デザイン学」への問い

- + 人々が抱える問題や要求の中に共通する「価値」とは何か。
- + そのような「価値」は刻一刻と変化する状況に依存し変化する。それをどのように見出すか。
- + 移ろいゆく「価値」をいかに具現化し続けるか。